

大客户销售策略

课程方案

1. 课程背景

随着市场的发展及大客户销售重要性，各企业也加强了资源的整合及市场营销的布局，旨在抓住机会快速突破大客户，取得新兴市场领域的成功。然而目前从本地成长起来的销售人员，销售过程中往往采用传统的销售模式，存在一些问题和表象：

- ❖ 客户对公司的产品的性能和特征不关注，一味压价
- ❖ 公司的产品价格和性能明明优于对手，却惨遭失败
- ❖ 客户对销售经理推销的产品毫无兴趣，拜访核心客户很难
- ❖ 一些客户的公关是屡败率战，屡战屡败
- ❖ 到底谁说了算，项目结束了还无法确定决策链
- ❖ 公司在第一轮应标中就被淘汰出局
- ❖ 很难打不进客户的圈子，做了很多吃力不讨好的事情
- ❖ 销售团队很难管理，各部门形成不了合力
- ❖ 销售的状态：成交率不高，客户忠诚度较低.....

所以，面临强大的竞争对手，如何抓住机遇实现以弱克强，实现超越是大客户业务目前面临的核心问题。特别是在市场上，如何快速取得竞争优势，打造一只有能力、有方法、有策略、敢打敢冲的大客户销售团队，是目前市场突破的关键所在。

研究发现，那些历经风浪在市场中能够取得快速增长的企业、与对手的激烈竞争中取得很大的竞争优势的企业，“大客户销售”都是公司各级领导非常重视的一项工作，因为：

- ❖ 只有销售思维的革新，才能带来我们销售模式的转变
- ❖ 决策链上各类客户沟通及公关，需要我们“兵来将挡水来土掩”
- ❖ 较长的决策链需要我们“海陆空”立体持久作战
- ❖ 只有通过客户痛点的获取及需求的挖掘，才能最终销售方案贴近客户
- ❖ 只有巧妙的满足客户的潜在需求，才能捆绑客户.

2. 需求理解

针对本次销售课程培训，我们对于授课特色及要求理解如下：

- 讲师具有丰富的市场经验；
- 实战性强、接地气、有料、多讲干货；
- 重要知识点，现场实战演练，老师现场点评，能力提升要求现场见效果；
- 实用的销售工具方法，现学现用；

所以，面临激烈的市场竞争，如何快速取得竞争优势，打造一只有能力、有方法、有策略、敢打敢冲的大客户销售团队，是目前市场突破与深耕的关键所在。

3. 课程目标

(1) 大客户销售模式的深刻转变

- 从产品营销到方案营销、战略营销的深刻转变，真正与大客户形成全面的战略合作伙伴关系；
- 从产品价值的创造到营销价值的创造，让客户无法拒绝；
- 客户痛点的及时获取，让最终销售方案贴近客户；
- 巧妙的满足客户的潜在需求，项目之外的增值销售，实现捆绑客户；

(2) 全新立体式的销售项目运作模式

- “销售、方案、技术”铁三角的项目运作模式，团队协同作战；

- 流程化的大客户销售动作：“市场策划—机会点识别—商机挖掘—市场项目运作—订单获取—项目交付—回款”的全套销售动作，规范销售行为，提升订单成功率；
- “FABV” 方案呈现工具，让客户真正感受到核心价值，直达客户痛点；
- (3) 客户公关能力的快速提升
 - 如何真正解读客户（识您、知您、懂您、感动您）；
 - 客户公关的全过程（陌生—熟悉—信任—信赖—同盟）；
 - DISC 客户性格的分析，洞察客户的心理过程，话说到客户心里去，事做到客户心坎上；
- (4) 市场规划与管理能力的快速提升
 - “市场地图、项目进展地图、客户关系图” 三张图的全面市场管理，实现销售管理的可视化，市场运作更直观；
 - 通过销售管理三张地图，掌握销售仪表盘管理模式，打通机会点-项目-客户的内在逻辑关系；

4. 课程收益

个人收益

销售意识——提升销售意识，使人精神振奋，努力进取，促进事业的发展

沟通能力——能够与客户良好的互动与沟通，实现从陌生到信任的销售过程

公关能力——敏锐的挖掘客户的组织需求和个人需求，做客户的知己

销售模式——从产品销售到顾问式销售，让客户无法拒绝，让客户不再关注价格

竞争优势——克服人性的弱点，发挥个人的竞争优势，做人生和事业的强者

组织收益

销售人员技能的快速提升——打造一支能打硬仗、会打硬仗的销售团队

客户关系的改善——销售运作的正规化

商机的快速获取——产品与客户需求的无缝融合

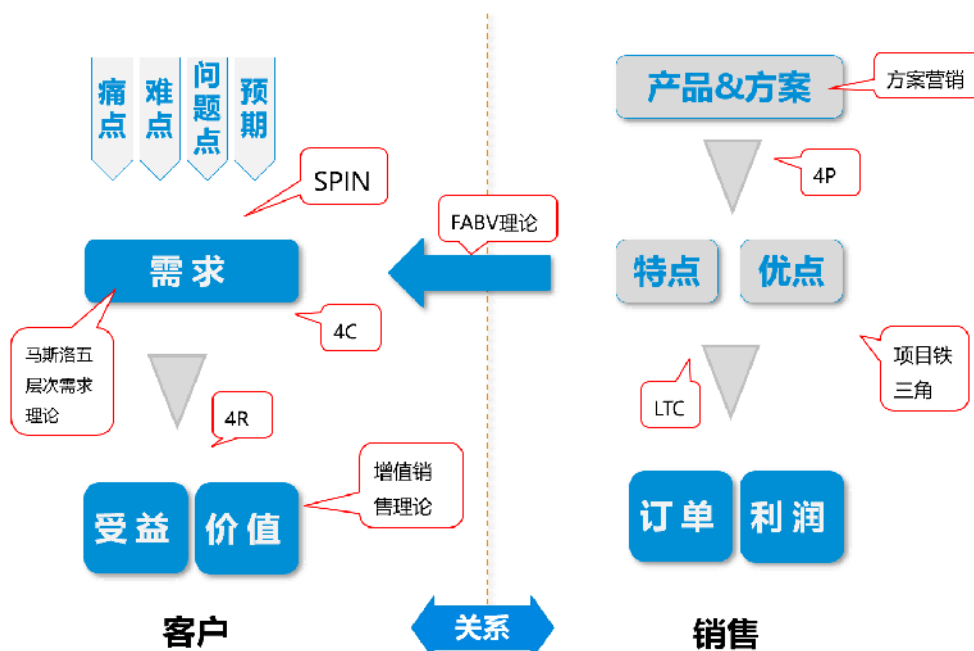
客户无法拒绝的方案——给客户创造更多的价值

项目成功率的提升——销售规模的迅速扩大

企业利润的快速增长——企业行业地位的提升

企业价值的实现——形成具有自身特色的大客户销售策略.....

5. 大客户销售整体框架



6. 课程设计思路

现场研讨：项目运作各个阶段的标准销售动作及工具应用，输出项目打法
铁三角团队作战流程机制的建立

四. 客户沟通与公关能力的快速提升

客户沟通四步法

四种客户性格的辨认和特征

四种客户的“人性”分析

不同客户性格的公关和应对

不同场景下的实战演练（拜访、商务谈判等）

客户个人关系的建立五部曲（陌生-熟悉-信任-信赖-同盟）

客户关系建立的途径及常用公关手段

不同年龄段、不同性别的客户公关手段

客户关系分层分级的“金字塔”管理模型

客户公关案例研讨与现场演练：

-如何创造与客户见面的机会

-如何与客户从陌生走向熟悉

-如何快速与客户建立信任

-如何与客户深度合作与“利益”捆绑

五. 大客户市场规划及销售管理三张图

大客户销售三种策略选择

市场规划及销售管理三张图（市场地图、项目进展地图、客户关系图）的认识、理解及运用

三张图助力市场分析与市场布局落地

三张图助力销售团队的管理

大客户销售管理三张图现场案例演练

制定适合自身销售的三张图

